

# **BAB III**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. TAHAP – TAHAP PEMECAHAN MASALAH**

#### **3.1.1. Studi Pendahuluan**

Untuk membantu dalam menganalisa dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan permasalahan yang ada, penulis melakukan studi pendahuluan yaitu studi pustaka dan studi lapangan.

#### **3.1.2. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian**

Merumuskan masalah yang ada beserta tujuan penelitian secara lebih spesifik seperti yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

#### **3.1.3. Penentuan Atribut *Personal Computer (PC)***

Menentukan atribut utama atau harus ada, dan juga beberapa atribut tambahan dalam sebuah *PC* yang akan digunakan pada penelitian. Informasi mengenai atribut-atribut ini diperoleh peneliti dari para pengguna yang mengerti tentang *PC* dan juga *Lebons Computer*.

#### **3.1.4. Desain Kuesioner Pendahuluan**

Kuesioner pendahuluan ini bertujuan untuk penyeleksian atribut *PC* yang sudah ditentukan sebelumnya, guna mencari faktor-faktor *PC* seperti

apa sajakah yang dianggap penting atau perlu untuk dipertimbangkan oleh konsumen dalam pemilihan sebuah *PC*, supaya dapat diminimasi faktor yang akan digunakan dalam pembuatan kombinasi (stimuli) produk *PC*, sehingga nantinya juga dapat memudahkan responden penelitian ini dalam menjawab kuesioner utama.

Penggunaan metode kuesioner ini dianggap paling efisien dan efektif diterapkan dalam penelitian ini. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Responden diminta untuk memberikan penilaian berupa *rating* untuk setiap faktor berdasarkan skala likert, dengan aturan penilaian ; (1) sangat tidak penting, (2) tidak penting, (3) cukup penting, (4) penting, dan (5) sangat penting. Skala ini untuk menentukan bobot kepentingan faktor-faktor tersebut berdasarkan nilai rata-rata atas seluruh responden.

### 3.1.5. Pretest Kuesioner

Untuk menguji apakah kuesioner pendahuluan ini layak atau tidak, maka dilakukan pretest dengan menyebarkan kuesioner kepada beberapa responden. Pretest ini bertujuan untuk menyempurnakan kuesioner tersebut, dengan melihat apakah kalimat-kalimat didalam kuesioner cukup dapat dipahami oleh responden? yaitu mengenai instruksi atau pedoman pengisiannya, dan mengenai butir-butir pertanyaan atau pernyataannya. Jika “tidak”, maka peneliti perlu melakukan perbaikan kuesioner. Jika “iya”, maka kuesioner tersebut layak untuk disebarkan. Pretest ini juga berlaku untuk kuesioner utama.

### **3.1.6. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan**

Setelah kuesioner dinyatakan layak, kemudian peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada responden, dengan jumlah total dari responden untuk kuesioner pendahuluan ini adalah 30 responden, berdasarkan teori Roscoe, yaitu untuk penelitian sederhana atau penelitian pendahuluan sudah cukup berhasil dengan jumlah sampel kecil (20 hingga 30).

Responden yang diikutsertakan dalam pengisian kuesioner penelitian ini yaitu para konsumen Lebons Computer yang dipilih dengan teknik sampel purposif, dengan kriteria bahwa konsumen tersebut mengenal dan memahami atribut-atribut yang ada dalam unit *PC*. Karena dalam penelitian ini diperlukan data-data yang berasal dari konsumen yang sudah mengenal *PC* dan atribut-atributnya, karena mereka dianggap lebih mengerti mengenai *PC* daripada konsumen yang kebanyakan hanya sebagai *user* saja dan tidak mengerti atribut-atribut *PC* sama sekali.

### **3.1.7. Pengumpulan dan Tabulasi Data Kuesioner**

Menyusun skor atau nilai dari masing-masing faktor *PC* dalam kuesioner pendahuluan tersebut untuk mempermudah proses pengolahan data. Tahap ini juga berlaku untuk kuesioner utama.

### **3.1.8. Pemilihan Metode Analisis Konjoin**

Pemilihan metode yang digunakan dalam analisis konjoin ini didasarkan pada jumlah faktor yang akan digunakan seperti yang telah

diseleksi sebelumnya. Terdapat tiga pilihan metode, yaitu *traditional*, *adaptive*, dan *Choice-Based*.

### **3.1.9. Penentuan Level Setiap Faktor**

Level yang akan digunakan dalam setiap faktor diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan pihak Lebons Computer dan juga dengan melihat ada tidaknya level tersebut di pasaran *PC* dalam negeri Indonesia.

### **3.1.10. Pemilihan Metode Presentasi**

Untuk metode presentasi yang digunakan, dipilih salah satu dari dua metode yang sudah sering digunakan, yaitu *Pairwise Combination* dan *Full-profile*.

### **3.1.11. Pembentukan Stimuli**

Kemudian dibuatlah stimuli untuk dievaluasi responden. Pembuatan stimuli ini dibantu dengan menggunakan *software SPSS 13.0* untuk memudahkan perancangan stimuli dengan keorthogonalannya yang baik.

### **3.1.12. Penentuan Metode Estimasi**

Teknik estimasi yang umum digunakan adalah metode standard *Ordinary Least Squares (OLS) Regression* dan *Monotone Regression*. *OLS* digunakan untuk data *rating*, sedangkan *Monotone* untuk data *ranking*. *Software* yang digunakan untuk teknik estimasi data *ranking* antara lain *MONANOVA (Monotonic Analysis of Variance)* dan *LINMAP*.

Sedangkan jika pengukuran preferensi secara *rating*, dapat menggunakan *syntax* pada *software SPSS*.

### 3.1.13. Desain Kuesioner Utama

Setelah melakukan perancangan stimuli, maka peneliti mendesain kuesioner utama untuk melakukan pengambilan data yang kedua, yaitu penyebaran kuesioner utama tentang preferensi konsumen terhadap stimuli yang ada. Dalam kuesioner utama digunakan data *rating* dengan aturan penilaian skala likert sebagai berikut ; (1) sangat tidak suka, (2) tidak suka, (3) cukup suka, (4) suka, dan (5) sangat suka.

### 3.1.14. Penyebaran Kuesioner Utama

Mengingat tidak memungkinkan untuk mengambil seluruh unit populasi (seluruh konsumen) dengan mempertimbangkan kemampuan peneliti yang dipandang dari segi dana, waktu dan fasilitas serta dukungan lainnya, untuk itu dalam penelitian ini dilakukan penarikan sampel yang dianggap dapat mewakili seluruh unit populasi. Sampel untuk kuesioner utama ini berjumlah 97 responden, yang dipilih berdasarkan teknik sampel purposif, dengan kriteria seperti yang telah disebutkan diatas.

Penentuan sampel ini berdasarkan hasil perhitungan kecukupan data yaitu dengan menganggap populasi tak terhingga, berarti  $p = 50\%$  dan *errornya* dianggap  $10\%$  sedangkan koefisien kefidensi  $95\%$  ( $\alpha = 0,05$ ), sehingga penentuan sampelnya adalah 96,04 (dibulatkan menjadi 97). Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran A. Untuk

menghindari tidak tercapainya jumlah sampel, kuesioner yang disebarkan kepada responden berjumlah lebih dari yang direncanakan yaitu sejumlah 100 kuesioner.

### **3.1.15. Uji Coba Kuesioner**

Kuesioner utama dalam penelitian ini, sebelum digunakan dilakukan uji coba terlebih dahulu guna memenuhi syarat validitas dan reliabilitas kuesioner tersebut.

### **3.1.16. Pengolahan Data dengan Analisis Konjoin**

Kemudian data-data yang sudah terkumpul diolah atau dilakukan proses konjoin dengan menggunakan *syntax* pada *software SPSS 13.0*.

### **3.1.17. Interpretasi Hasil**

Interpretasi dilakukan secara individual dan agregat. Metode yang paling umum digunakan adalah dengan mengestimasi *part-worth*. Nilai *part-worth* adalah nilai yang menyatakan utilitas masing-masing level dalam faktor. Makin besar *part-worth*, maka makin besar pula dampaknya terhadap utilitas keseluruhan. Apabila *part-worth* adalah positif, berarti responden menyukai level tersebut, dan apabila negatif berarti responden tidak menyukai level tersebut.

Hal ini untuk menentukan tingkat kepentingan faktor-faktor tersebut dan menentukan kombinasi atribut *PC* paling dominan yang menggambarkan keinginan konsumen.

### 3.1.18. Analisis dan Pembahasan

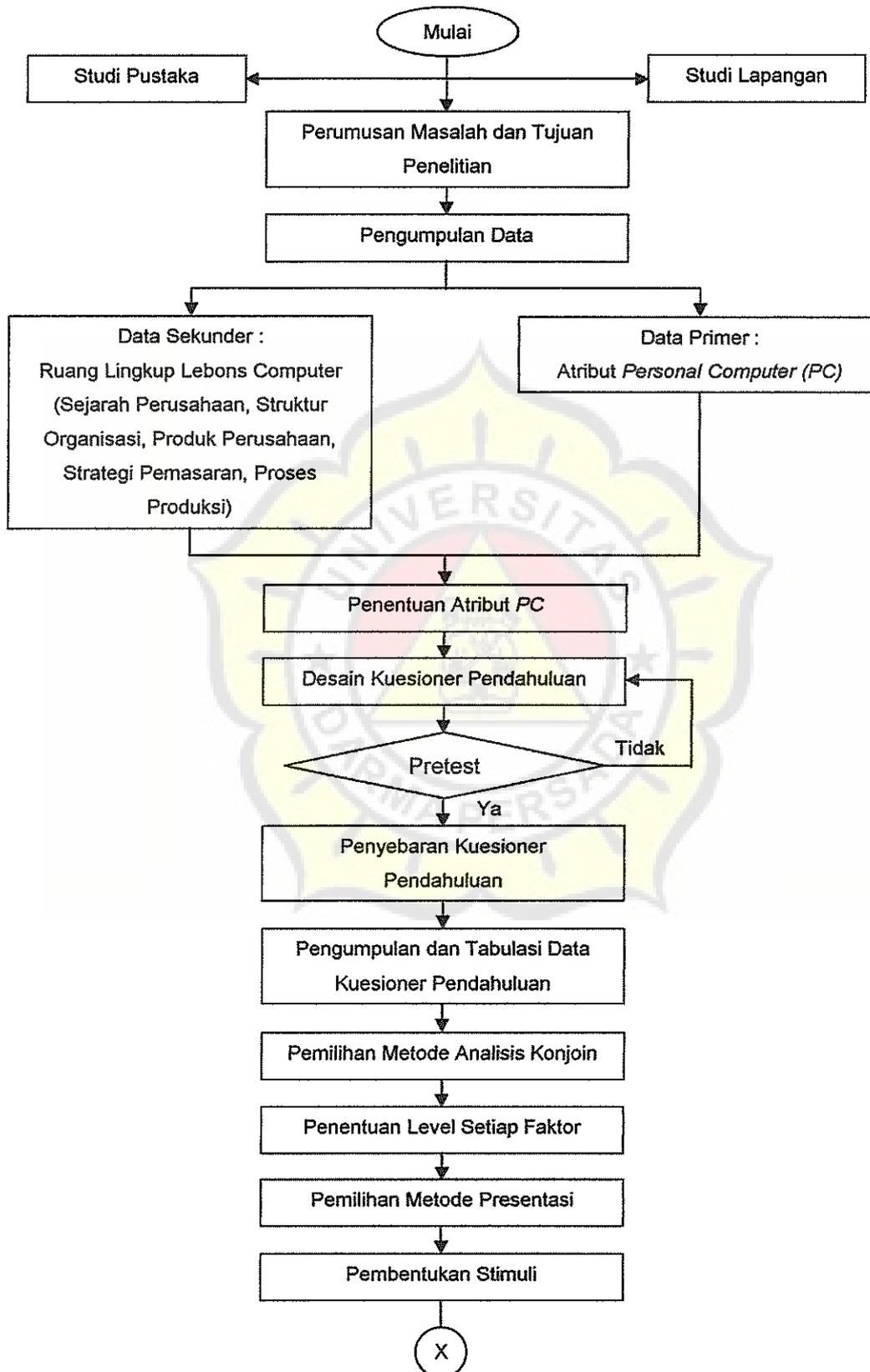
Setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data, maka hasil pengolahan tersebut di analisis dan di bahas sesuai dengan pandangan peneliti agar dapat mengerti hasil dari penelitian preferensi konsumen di Lebons Computer terhadap kombinasi atribut *PC* kelas *Mainstream*.

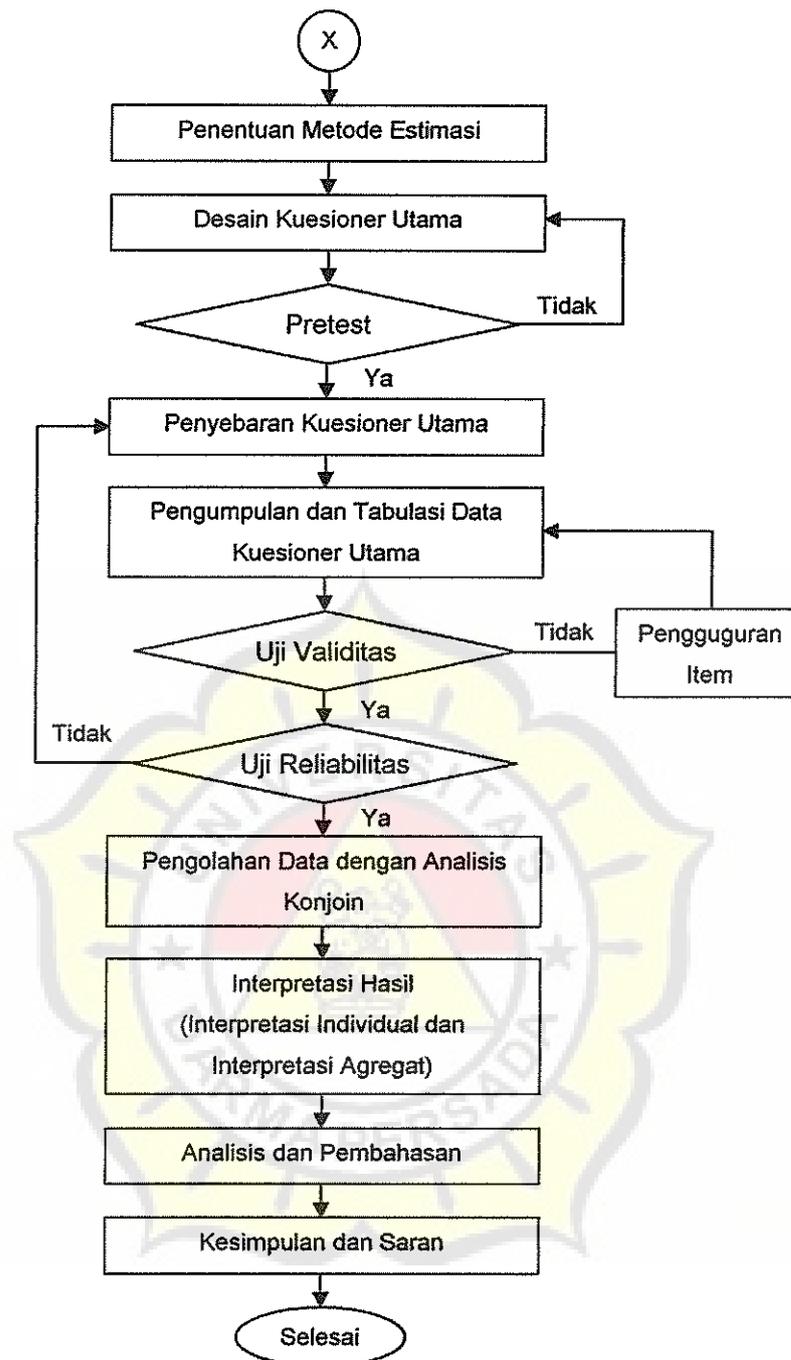
### 3.1.19. Kesimpulan Dan Saran

Berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan peneliti, dan juga saran-saran berdasarkan dari hasil penelitian.



### 3.2. KERANGKA PEMECAHAN MASALAH





Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah